

CLIPPING

EL MUNDO

Área: 143cm²/ 16%



Data: 29.07.2012 Tipo: Jornal Internacional Diário Secção: Internacional Cores: P/B Pág:53

EL OYENTE

De la paloma al tuit

LUIS OZ

Anteanoche, casi al final de la ceremonia inaugural de los trigésimos Juegos Olímpicos (JJOO), María Escario recordó en TVE las palomas que, en los Juegos de la antigua Grecia, comunicaban las buenas y malas nuevas a los pueblos participantes.

«Los Juegos de Londres 2012 son el comienzo de una nueva era gracias a las plataformas y a la revolución tecnológica», afirma Alex Huot, responsable de los medios sociales en el Comité Olímpico Internacional (COI).

Muchos los han bautizado como los primeros Juegos *Socialímpicos*. Exageran un poco, pero reflejan un hecho incontestable. Facebook nace en 2004, YouTube en 2005, Twitter en 2006 y los blogs en los 90.

Todos se utilizaron masivamente en los Juegos de Beijing en 2008, pero la censura china en las redes y el número limitado de usuarios redujeron su influencia. En cuatro años los usuarios de Facebook han pasado de 100 millones a 900 millones y los de Twitter, de 6 millones a unos 150 millones. La televisión sigue reinando, pero su supremacía hace agua por todas partes.

Raro es el atleta sin Twitter o cuenta en Facebook y no quedan ya patrocinadores ni estrellas que firmen contratos de publicidad sin medir los seguidores de cada patrocinado en los nuevos medios. La campaña de Prócter & Gamble sobre «las madres de los atletas» en estos Juegos es un ejemplo.

EL COI y los comités nacionales han hecho lo imposible para limitar abusos y para proteger los derechos de unos y de otros, pero es como intentar parar un huracán que va a 250 kilómetros por hora.

Los riesgos son evidentes. La atleta griega Voula ha tenido que hacer las maletas antes de la inauguración por un tuit racista contra los inmigrantes africanos. Algunos comités olímpicos han prohibido el uso de los medios sociales a sus atletas durante los Juegos para evitar todo tipo de problemas.

Prefiero la decisión del COI y del comité estadounidense, que se han limitado a animar a utilizar los medios de forma responsable.

«Los mensajes, blogs y tuits deben respetar el espíritu del olimpismo recogido en la Carta Olímpica», dicen en la introducción de su manual de instrucciones. Primer consejo: respetar el buen gusto y evitar palabras e imágenes vulgares u obscenas.